



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2008-2012年中国家电连锁产业 动态及发展趋势预测分析报告

# 一、调研说明

《2008-2012年中国家电连锁产业动态及发展趋势预测分析报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/41787.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、摘要、目录、图表

家电连锁企业专注于家电经营，从而积累丰富的专业化经营经验，在人力、物力和财力上都形成了自身优势，与传统的家电零售渠道展开了激烈的竞争，其经营地位日益突出。2006年7月，美对永乐的并购，将中国的家电零售市场由国美、苏宁、永乐三者之间的作用力量变成了国美、苏宁两者之间的对峙。中国的家电连锁业已进入寡头垄断的时期。

2008年1至8月，中国家用电器制造业实现工业总产值4579.48亿元，较2007年同比增长18.47%；完成销售产值4523.50，较2007年同比增长18.31%。

从竞争手段来看，随着行业的发展，预计未来家电连锁逐步从价格竞争为主转向以服务价值为导向的竞争。目前中国的家电零售市场的规模约为8000亿元左右，到2010年将突破10000亿元。国美、苏宁两家连锁在全国的门店加起来虽然突破2000家，但所占的市场份额仍不到20%。中国家电连锁企业不可能垄断整个家电市场，市场需要更多的渠道模式或者竞争对手加入竞争。

本报告详尽描述了中国家电连锁行业运行的环境，重点研究并预测了其下游行业发展以及对家电需求变化的长期和短期趋势。针对当前行业发展面临的机遇与威胁，提出了我们对家电连锁行业发展的投资及战略建议。本报告以严谨的内容、翔实的数据、直观的图表帮助家电连锁企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。我们的主要数据来源于国家统计局、国家信息中心、海关总署、中国家电协会等业内权威专业研究机构以及我中心的实地调研。本报告整合了多家权威机构的数据资源和专家资源，从众多数据中提炼出了精当、真正有价值的情报，并结合了行业所处的环境，从理论到实践、宏观与微观等多个角度进行研究分析，其结论和观点力求达到前瞻性、实用性和可行性的统一。这是我中心经过市场调查和数据采集后，由专家小组历时一年时间精心制作而成。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局、规避经营和投资风险、制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

### 【 目录 】

## 第一章 2008-2009年世界家电连锁产业发展形势分析

### 第一节 有关家电连锁产业发展形式分析

#### 一、直营连锁

#### 二、特许连锁

#### 三、自由连锁

### 第二节 2008-2009年世界家电连锁产业发展格局分析

#### 一、2008-2009年世界家电连锁产业发展概况分析

#### 二、世界家电连锁兼并重组分析

#### 三、2008-2009年世界家电连锁产业发展特点分析

### 第三节 2009-2012年世界家电连锁产业发展趋势分析

## 第二章 2008-2009年世界著名家电连锁企业发展战略分析

### 第一节 百思买

#### 一、企业发展历程分析

#### 二、2008-2009年企业经营状况分析

#### 三、2008-2009年企业发展战略分析

#### 四、未来企业发展规划分析

### 第二节 电路城

#### 一、企业发展历程分析

#### 二、2008-2009年企业经营状况分析

#### 三、2008-2009年企业发展战略分析

#### 四、未来企业发展规划分析

### 第三节 日本小岛电器

#### 一、企业发展历程分析

#### 二、2008-2009年企业经营状况分析

#### 三、2008-2009年企业发展战略分析

#### 四、未来企业发展规划分析

### 第四节 日本山田电机

#### 一、企业发展历程分析

#### 二、2008-2009年企业经营状况分析

#### 三、2008-2009年企业发展战略分析

#### 四、未来企业发展规划分析

### 第三章 2008-2009年中国家电产业整体发展状况分析

#### 第一节 2008-2009年中国家电产业发展现状分析

一、中国家电产业取得的主要成就

二、中国家电制造向世界强国靠拢

三、中国三大家电产业群发展透析

#### 第二节 2008-2009年中国家电市场运行状况分析

一、2007年中国家电出口北美遭遇标准门

二、产量增长分析

三、市场竞争激烈分析

#### 第三节 2008-2009年中国家电产业发展存在的问题分析

### 第四章 2008-2009年中国家电连锁产业发展局势分析

#### 第一节 2008-2009年中国家电连锁产业发展概况分析

一、中国家电连锁行业发展现状分析

二、“美苏争霸”家电连锁卖场呈现新格局

三、推动家电连锁业发展的原因

#### 第二节 2008-2009年中国家电连锁产业发展存在的问题分析

一、家电连锁企业大本营成空心状态

二、家电连锁企业同质化竞争激烈

三、家电连锁业人才匮乏

四、家电连锁业标准缺失

五、家电连锁业缺乏长期战略规化

#### 第三节 2008-2009年中国家电连锁行业的发展策略分析

### 第五章 2008-2009年中国家电连锁市场运行动态分析

#### 第一节 2008-2009年中国家电连锁市场概况

一、高端电器成家电连锁市场新卖点

二、家电连锁试水多元化经营

三、家电连锁五大巨头市场经营特色及战略透析

#### 第二节 2008-2009年中国家电连锁二三级市场以及市场营销策略发展分析

一、家电各级市场流通形式及厂商关系分析

二、家电连锁企业拓展二三级市场遇到的困难

三、家电连锁拓展二三级市场的策略

四、家电连锁体验营销的意义及手法

五、家电连锁卖场新年营销含义及策略

第三节 2008-2009年中国家电连锁市场存在的问题及策略分析

第六章 2008-2009年中国家电连锁的业态介绍分析

第一节 旗舰店

一、家电旗舰店的发展状况

二、中国家电旗舰店的特征

三、家电旗舰店开设对厂商的影响

四、家电旗舰店的正确定位及发展方向

第二节 3C

一、家电连锁3C店发展状况

二、3C模式成家电连锁主要利润增长点

三、家电连锁拓展3C领域的优势

四、3C模式使家电连锁企业与PC企业双赢

五、家电连锁经营3C业务对IT业的影响

第七章 2008-2009年中国家电连锁市场竞争格局分析

第一节 2008-2009年中国家电制造业与家电连锁的竞争分析

一、家电大品牌逐步脱离家电连锁行业

二、TCL进军家电连锁市场

三、长虹打造“乐家易”进入家电连锁市场

第二节 2008-2009年中国家电连锁业竞争存在的问题与策略分析

一、家电连锁竞争升级的重要性及策略

二、苏宁家电提高单店经营质量的措施

三、家电连锁企业整合及扩张的策略

第三节 2009-2012年中国家电连锁业竞争趋势分析

第八章 2008-2009年国内外家电连锁业并购案例分析

第一节 百思买并购五星

- 一、百思买并购五星的原因
- 二、并购给五星的快速发展提供契机
- 三、百思买五星实施双品牌策略
- 四、百思买并购五星对中国家电连锁业的影响

## 第二节 国美收购易好家

- 一、中建材出售易好家的缘由
- 二、国美收购易好家的原因

## 第三节 国美永乐合并

- 一、国美永乐合并进程
- 二、国美永乐合并的影响分析
- 三、国美永乐合并后待解决的问题
- 四、新国美八项经营策略

## 第四节 国美托管大中

- 一、国美收购大中的原因
- 二、国美委托第三方托管大中的意义
- 三、国美收购大中对苏宁的影响分析
- 四、国美托管大中的优势及前景

# 第九章 中国主要地区家电连锁市场竞争比较分析

## 第一节 北京

- 一、家电连锁企业进入北京市场的战略意义
- 二、北京家电连锁市场发展状况
- 三、北京家电连锁业大力发展旗舰店
- 四、家电连锁巨头在北京选址的策略比较

## 第二节 上海

- 一、上海家电连锁零售市场发展回顾
- 二、上海家电连锁市场竞争加剧
- 三、上海家电连锁门店布局不合理

## 第三节 深圳

- 一、2007年深圳家电连锁企业发展状况
- 二、深圳家电连锁企业竞争升级
- 三、家电连锁给深圳家电及零售业带来的影响

#### 第四节 南京

##### 一、家电连锁企业南京市场竞争状况

##### 二、南京家电连锁企业推行会员制

#### 第五节 成都

##### 一、成都家电连锁市场发展概况

##### 二、成都主要家电连锁企业重点打造旗舰店

### 第十章 国内主要家电连锁企业经营状况及竞争力分析

#### 第一节 国美电器

##### 一、企业基本概况分析

##### 二、企业经营状况分析

##### 三、企业核心竞争力分析

##### 四、未来企业发展规划分析

#### 第二节 苏宁电器

##### 一、企业基本概况分析

##### 二、企业经营状况分析

##### 三、企业核心竞争力分析

##### 四、未来企业发展规划分析

#### 第三节 五星电器

##### 一、企业基本概况分析

##### 二、企业经营状况分析

##### 三、企业核心竞争力分析

##### 四、未来企业发展规划分析

#### 第四节 三联家电

##### 一、企业基本概况分析

##### 二、企业经营状况分析

##### 三、企业核心竞争力分析

##### 四、未来企业发展规划分析

#### 第五节 顺电

##### 一、企业基本概况分析

##### 二、企业经营状况分析

##### 三、企业核心竞争力分析



## 四、未来企业发展规划分析

### 第十一章 2009-2012年中国家电连锁业发展前景趋势分析

#### 第一节 2009-2012年中国家电行业发展前景趋势分析

##### 一、“十一五”家电产业发展思路及目标

##### 二、2009-2010年中国家电市场前景分析

##### 三、未来家电产品发展趋势

#### 第二节 2009-2012年中国家电连锁业发展展望分析

##### 一、中国家电零售连锁市场发展空间大

##### 二、家电连锁业发展趋势分析

##### 三、未来中国家电连锁市场发展趋势

### 第十二章 2009-2012年中国家电连锁行业投资机会与风险分析

#### 第一节 2009-2012年中国家电连锁行业投资环境分析

#### 第二节 2009-2012年中国家电连锁行业投资周期分析

##### 一、经济周期

##### 二、增长性与波动性

##### 三、成熟度分析

#### 第三节 2009-2012年中国家电连锁行业投资机会分析

##### 一、投资潜力分析

##### 二、吸引力分析

##### 三、盈利水平分析

##### 四、融资方式分析

#### 第四节 2009-2012年中国家电连锁行业投资风险预警分析

### 图表目录部分

图表 1 日本小岛电器2003-2006年业绩变动表(单位：亿日元)

图表 2 1999-2008日本山田电机财年业绩变动表(亿日元)

图表 3 2005-2008年中国家用电器制造行业工业总产值及其同比增长

图表 4 2005-2008年中国家用电器制造行业销售产值及其同比增长

图表 5 中国2008年1-8月家用洗衣机产量情况

图表 6 2008年我国主流洗衣机厂商产量数量分布

图表 7 2008年我国不同类型洗衣机产品数量对比

图表 8 2008年1-8月中国家用空调设备产量情况

图表 9 2008年中国市场挂式空调与立式空调的关注比例分布

图表 10 2008年不同功率空调关注比例对比

图表 11 2008年变频与非变频空调关注比例分布

图表 12 2008年不同冷暖型空调关注比例分布

图表 13 2008年1-8月中国家用电冰箱产量情况

图表 14 2008年不同制冷技术冰箱关注比例对比

图表 15 2008年不同箱门设置冰箱关注比例分布

图表 16 2008年不同容积冰箱关注比例分布

图表 17 2008年1-8月中国彩色电视机产量情况

图表 18 2008年最受用户关注的十大液晶电视品牌关注分布

图表 19 2008年主流尺寸液晶电视关注比例分布

图表 20 某家电连锁企业分类市场开店战略规划

图表 21 2008年苏宁电器各行业营业收入占比

图表 22 2008年苏宁电器各地区营业收入占比

图表 23 2002-2008年苏宁电器主营业务收入状况

图表 24 2002-2008年苏宁电器净利润状况

图表 25 2002-2008年苏宁电器资产状况 单位：万元

图表 26 2003-2008年前三季度中国GDP总量及增长情况

图表 27 2003-2008年中国农村人均纯收入增长趋势图

图表 28 2003-2008年中国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表 29 家电连锁行业行业生命周期图

图表 30 略。。。。。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/41787.html>

## 三、研究方法

### 1、系统分析方法

- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

## 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。